

# BLOG BOOST

FRTA KNOWLEDGE business training & advice | [www.frta.nl](http://www.frta.nl) | E-mail: [froelfsema@frta.nl](mailto:froelfsema@frta.nl)

## Trend 2<sup>e</sup> helft 2023

Je kunt er niet omheen, maar na het sluiten van de deur, krijg je tijd om na te denken over de nieuwe trends, mogelijkheden en vooral bewegingen in de consumentenmarkt. En dat je daarbij je gedachten volledig overhoop gaat halen is niet nieuws.

Wordt maar lekker chaotisch. Het biedt de oplossingen en of creatieve ideeën voor de toekomst. Het tempo van veranderingen in de consumentenmarkt gaat sneller dan ooit te voren.

De markt voor therapieën en de daarbij gestelde eisen zijn steeds meer onberekenbaar. Ook de bezuinigingen, toename werkloosheid en een ander patroon in recreatie / vrije tijd besteding zijn zaken die invloed uit oefenen op de huidige consumentenmarkt. En daar zit ook je klant.

Wordt dus niet van de wijs gebracht, maar doe actief mee. Gebruik de mentale en vooral digitale wereld in je voordeel, want iedereen is op zoek.

Klanten zoeken steun. Met daarbij de nieuwe trend van 2023; het gevoel van geloof dat het door je aangeboden beter is, moet doorslaggevend worden. Je bent de specialist. Je bent de informant. Je bent de bringer van het goede nieuws als het gaat om lichaam en geest. Je bent de bringer van rust in deze hectische tijd.

Daarom hier een aantal handige sales en marketing tips om nog beter dan in de 1e helft van dit jaar je klanten van dienst te zijn.

Het belangrijkste is dat je een wordt met uw klant. Met andere woorden richt je zoveel mogelijk op een doelgroep. Het geeft een duidelijker beeld naar de klanten toe, en voor jou wordt het makkelijker om deel te nemen aan allerlei zaken die spelen in en binnen die doelgroep.

Je gaat als het ware automatisch de tweede stap nemen, door je therapiepraktijk en de klanten te laten versmelten tot een eenheid om gezamenlijke doelen te bereiken.

Je therapiepraktijk handelt in de belangen van de klant en de klant in het belang van je therapiepraktijk.

## FRTA KNOWLEDGE BUSINESS TRAINING & ADVICE

### Inhoud van deze Blogboost:

Trend 2 <sup>e</sup> helft 2023	1
Trends 2023 / 2024	2



Dit gezamenlijke handelen levert heel veel voordelen op. Denk daarbij een passende strategie uit dat je beiden doet winnen.

Dat win-win gevoel moet je versterken. Het dient zo sterk te worden dat klanten, maar ook jij gaat denken; zonder de ander geen toekomst.

Als deze stap gezet is en de strategie is duidelijk komt het mooiste van alles.

De samensmelting van de belangen van een ieder in stelsel van verbindingen; je therapienetwerk.

Je therapiepraktijk netwerk wordt de basis van het succes. Dit zal zich verder dynamisch ontwikkelen. Je begrijpt allang dat daarbij de social media een grote rol gaan spelen. Twitter, Facebook, LinkedIn, apps, QR codes, messenger, enz., enz. De bron is bijna onuitputtelijk. Maar gebruik alleen die media die ook door je klanten worden gebruikt in het netwerk.

Help het versterken, uit breiden en vooral nuttig te maken. Het gaat nu in dienst staan van je boodschap, je verhaal, realiseren van doelen en daardoor meer voordeel voor alle partijen in dat netwerk.

Dit nieuwe dimensie denken gaat nu haar intrede doen. En daarbij heb je het hoogst mogelijke nodig wat ooit is bereikt in de marketing, zelf actie ondernemen en trek die klant naar je netwerk.

Zeven stappen zijn er nodig; promotie is de basis, dan aanbeveling, naar ego marketing, om vervolgens naar info dienst te gaan, dat geeft een clubconcept waarbij participatie noodzakelijk is en alles onder het mom van pull marketing.

Je trekt als het ware de klant naar je therapiepraktijk netwerk. Je laat daarbij de klant zeven keer naar je toekomen, de achtste keer wordt beloond. Je belt zeven maal met een potentiële klant om hem of haar te vragen deel te nemen aan je therapiepraktijk netwerk.

Je zorgt voor zeven mail acties en of zeven social media uitingen. Je bent nu anders. Je bent uniek! Je bent authentiek!

Probeer het maar uit met de zeven stappen in je therapeutische behandelingen. Heerlijk toch, wat kan marketing toch eenvoudig zijn. En denk eraan: de eerste stap van zeven is altijd de moeilijkste.

## TRENDS 2023

In een recent artikel in Forbes schetst futurist en bedrijfs- en technologieadviseur Bernard Marr wat hij ziet als de "De 5 grootste zakelijke trends voor 2023" waarvan hij zegt dat ze de grootste dagelijkse impact zullen hebben op de manier waarop we werken en zaken doen in het komende jaar.

Hoewel geen van deze als een verrassing zou moeten komen voor iedereen die heeft opgelet, graaft hij in elk van deze met details en suggesties over hoe je ze in 2023 kunt voorbereiden en beheren. Hier zijn ze, met voor elk een kort fragment uit zijn artikel.

### 1. Versnelde digitale transformatie

"In 2023 zien we de voortzetting van innovaties en ontwikkelingen in transformatieve technologieën zoals kunstmatige intelligentie (AI), het internet of things (IoT), virtuele en augmented reality (VR / AR), cloud computing, blockchain en supersnelle netwerkprotocollen zoals 5G."



### 2. Inflatie en veiligheid van de toeleveringsketen

"De economische vooruitzichten voor het grootste deel van de wereld zien er in 2023 niet geweldig uit. Experts vertellen ons dat we een aanhoudende inflatie en een gematigde economische groei moeten verwachten. Veel industrieën worden nog steeds geplaagd door problemen met de toeleveringsketen die ontstonden tijdens de wereldwijde shutdowns veroorzaakt door Covid-19 en zijn alleen maar erger geworden door de oorlog in Oekraïne. "

### 3. Duurzaamheid

"De wereld wordt steeds meer wakker voor het feit dat de klimaatramp een veel grotere uitdaging zal vormen dan alles wat we de afgelopen decennia hebben meegemaakt en de uitdagingen van de Covid-pandemie zal overschaduwen. Dat betekent dat beleggers en consumenten de voorkeur geven aan bedrijven met de juiste milieu- en sociale referenties, en dat kooptrends steeds meer worden aangedreven door bewuste consumenten ..."

### 4. Meeslepende klantervaring

"In 2023 snakken klanten vooral naar beleving. Dat betekent echter niet noodzakelijkerwijs dat prijs en kwaliteit op de achtergrond raken. Beide spelen tot op zekere hoogte een rol in de manier waarop we het proces van het kiezen, kopen en genieten van de goederen en diensten waar we ons geld aan uitgeven ervaren."

### 5. De talentuitdaging

"In het afgelopen jaar hebben we enorme bewegingen van getalenteerde mensen gezien, aangeduid als de grote berusting en stille stopzetting, omdat werknemers de impact van werk en wat ze uit hun leven willen halen opnieuw beoordeelden. Dit heeft druk uitgeoefend op werkgevers om ervoor te zorgen dat ze aantrekkelijke carrières, de flexibiliteit van hybride werk en een verleidelijke werkomgeving en bedrijfscultuur bieden."